



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: Marketing Digital

MODALIDAD EN LÍNEA

SÍLABO

APLICACIONES MÓVILES

NIVEL

TERCERO

AMBATO - ECUADOR
2026

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	3
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	48
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	96
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	144

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito Desarrollar en el estudiante la capacidad de evaluar e integrar sistemas de información y plataformas de analítica digital para transformar el comportamiento del consumidor en estrategias accionables. El propósito es dominar la medición de datos y el diseño de cuadros de mando (dashboards) para liderar la toma de decisiones corporativas y optimizar el rendimiento de las campañas de marketing online.

Descripción de la asignatura La asignatura Aplicaciones Móviles se organiza en cuatro unidades temáticas: Patrones de diseño. Desarrollo de extensiones. Programación para dispositivos y gestores móviles. Posicionamiento SEO en móviles. La metodología de enseñanza combina el método expositivo con el aprendizaje basado en proyectos, integrando entornos virtuales y herramientas digitales para promover el pensamiento crítico, la resolución de problemas y el trabajo en equipo del estudiante. Como resultado del proceso de aprendizaje, se espera que los estudiantes desarrollen y utilicen aplicaciones móviles para gestionar productos y marcas, optimizando la experiencia del usuario y el posicionamiento digital para cumplir con las estrategias y objetivos organizacionales.

Objetivo general de la asignatura Integrar sistemas de información y plataformas de analítica web para liderar la evaluación, optimización y toma de decisiones estratégicas, garantizando el rendimiento comercial a través de la visualización de datos en entornos digitales.

Objetivos específicos de la asignatura

- 1.-Determinar los conceptos básicos y patrones de diseño de aplicaciones móviles para optimizar la experiencia del usuario (UX) en entornos digitales.
- 2.-Analizar la integración de extensiones móviles para ampliar funcionalidades y potenciar el rendimiento de las apps, alineándolas a los objetivos comerciales.
- 3.-Aplicar fundamentos de programación y gestión móvil en el desarrollo de aplicaciones multiplataforma para optimizar la interacción entre el consumidor y la marca.
- 4.-Diseñar estrategias de posicionamiento SEO en entornos móviles para maximizar la visibilidad y alcance de las marcas.

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Determinar los conceptos básicos y patrones de diseño de aplicaciones móviles para optimizar la experiencia del usuario (UX) en entornos digitales.			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
1.1.- Introducción: Aplicaciones y patrones de diseño	4	0	8	Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
1.2.- Impacto de los patrones de diseño en el desarrollo de aplicaciones móviles para mejorar la experiencia del usuario	5	6	4	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Pruebas escritas de la unidad
SUBTOTAL HORAS	9	6	12	TOTAL HORAS: 27

Resultados de aprendizaje: Determina los fundamentos y patrones de diseño de apps móviles para mejorar la retención del usuario, mediante la elaboración de un informe de análisis comparativo.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos, Método expositivo

Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Resolución de problemas, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Otros, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula virtual

Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, La resolución de conflictos

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Analizar la integración de extensiones móviles para ampliar funcionalidades y potenciar el rendimiento de las apps, alineándolas a los objetivos comerciales.			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
2.1.- Introducción al desarrollo de extensiones para apps móviles: clasificación, usos e integración.	5	0	10	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
2.2.- Impacto de las extensiones en el marketing digital: mejora del engagement, conversión y fidelización.	7	7	7	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones Parciales
SUBTOTAL HORAS	12	7	17	TOTAL HORAS: 36

Resultados de aprendizaje: Analiza el impacto y la viabilidad de extensiones en apps móviles para potenciar la conversión, a través del diseño de un plan de mejora funcional.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos, Método expositivo

Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Otros, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula virtual

Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Aplicar fundamentos de programación y gestión móvil en el desarrollo de aplicaciones multiplataforma para optimizar la interacción entre el consumidor y la marca.			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
3.1.- Fundamentos de programación aplicada a dispositivos móviles, desarrollo de apps, y su uso para interacción con la marca	7	0	14	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
3.2.- Gestión Móvil, y su importancia en las campañas de marketing digital para el manejo de seguridad, personalización y datos.	6	6	6	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Pruebas escritas de la unidad
SUBTOTAL HORAS	13	6	20	TOTAL HORAS: 39

Resultados de aprendizaje: Aplica los principios de programación y el uso de gestores móviles en entornos multiplataforma, mediante el desarrollo estructurado de un prototipo de aplicación.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos, Método expositivo

Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Otros, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula Virtual

Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Diseñar estrategias de posicionamiento SEO en entornos móviles para maximizar la visibilidad y alcance de las marcas.			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
4.1.- Fundamentos de SEO: para qué sirve, cómo funciona	7	0	14	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
4.2.- Herramientas digitales para la optimización en motores de búsqueda (SEO)	7	13	1	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones Parciales
SUBTOTAL HORAS	14	13	15	TOTAL HORAS: 42

Resultados de aprendizaje: Diseña estrategias de optimización en motores de búsqueda para entornos móviles, orientadas a la visibilidad comercial, mediante la formulación de un plan de acción con herramientas digitales.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos, Método expositivo
Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Otros, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula virtual
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Comunicación asertiva

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

Escenario de Aprendizaje Real: Entornos digitales reales y herramientas de analítica Escenario de Aprendizaje Virtual: Aula Virtual Institucional (Asincrónico) Escenario de Aprendizaje Áulico: Plataforma de videoconferencia (Sincrónico)

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Determinar los conceptos básicos y patrones de diseño de aplicaciones móviles para optimizar la experiencia del usuario (UX) en entornos digitales.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de unidad. Instrumento: Cuestionario - Plataforma Moodle
2.- Analizar la integración de extensiones móviles para ampliar funcionalidades y potenciar el rendimiento de las apps, alineándolas a los objetivos comerciales.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de unidad. Instrumento: Cuestionario - Plataforma Moodle
3.- Aplicar fundamentos de programación y gestión móvil en el desarrollo de aplicaciones multiplataforma para optimizar la interacción entre el consumidor y la marca.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de unidad. Instrumento: Cuestionario - Plataforma Moodle
4.- Diseñar estrategias de posicionamiento SEO en entornos móviles para maximizar la visibilidad y alcance de las marcas.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de unidad. Instrumento: Cuestionario - Plataforma Moodle

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Mejía Trejo, Juan	2023	Apps móviles sin programación: principales herramientas para crearlas	1	Academia Mexicana de Investigación y Docencia en Innovación (AMIDI)	Mexico Jalisco	1	266	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Bibliografía contemporánea. Este libro aborda el uso de gestores y plataformas "No-Code / Low-Code", permitiéndoles enfocarse en la estrategia comercial, la integración de extensiones y la interacción con la marca, sin requerir conocimientos profundos.								
URL: https://0x102sud0-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/228101								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Fernández Casado, Pablo E.	2024	Posicionamiento SEO: curso práctico	1	RA-MA Editorial	España Madrid	1	197	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Bibliografía contemporánea. Este libro proporciona metodologías prácticas y actualizadas para que los futuros profesionales aprendan a indexar, auditar y posicionar los ecosistemas móviles en los motores de búsqueda								
URL: https://0x102sud0-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/273945								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Esther Rizo	2021	Más que diseño de experiencia (UX)	1	Alphaeditorial	España Madrid	1	223	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Bibliografía contemporánea. Este libro garantiza que el diseño no se aborda desde la ingeniería pura, sino desde la estrategia comercial.								
URL: https://0x104t1mx-y-https-www-alphaeditorialcloud-com.itmsp.museknowledge.com/reader/mas-que-diseno-de-experiencia-ux?location=1								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Jesus García	2023	SEO en la práctica	1	Alphaeditorial	España Madrid	1	256	Virtual

Código/Ubicación base de datos:	
Comentario:	Bibliografía contemporanea. Esta obra es un recurso fundamental para la ejecución de estrategias de posicionamiento en la asignatura.
URL:	https://0x104t1nt-y-https-www-alphaeditorialcloud-com.itmsp.museknowledge.com/reader/seo-en-la-practica?location=1

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Miguel de Moragas Spa	2025	La comunicación y sus cambios: de los orígenes al móvil	1	Publicacions de la Universitat de Valencia	España Valencia	1	271	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Bibliografía contemporánea. El enfoque histórico-sociológico de este libro ("de los orígenes al móvil") les dará esa base teórica que diferencia a un estrategia de un simple operador técnico.							
URL:	https://0x102sul7-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/292471							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Roberto Brognara	2023	Cómo piensan los algoritmos de marketing	1	Alphaeditorial	Colombia Bogotá	1	227	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Bibliografía contemporánea. Este libro aborda exactamente eso: desmitifica cómo "piensan" los algoritmos, lo cual es vital para entender por qué una app se posiciona bien (o mal) en las tiendas y buscadores.							
URL:	https://0x104t1nt-y-https-www-alphaeditorialcloud-com.itmsp.museknowledge.com/reader/como-piensen-los-algoritmos-de-marketing?location=1							

